

MALER-Redakteurin Kyra Kutter und Thomas Eisler (rechts) aus der Getränke-Redaktion im Gespräch mit Geschäftsführer Klaus Mehler

Bilder: Verlag W. Sachon

Über die Zukunft der Fachverlage

Im Gespräch mit Geschäftsführer Klaus Mehler

→ Seit einigen Jahren befindet sich die Medienlandschaft im Wandel. Digitale Medien gewinnen an Bedeutung, während traditionelle Formate wie Printmagazine an Reichweite verlieren. Dies zeigt sich besonders in der verstärkten Nutzung von Streaming-Diensten, Sozialen Medien und mobilen Geräten. Fachverlage stehen vor der Herausforderung, sich anzupassen, indem sie digitale Angebote ausbauen und neue Geschäftsmodelle entwickeln. Darüber, und auch welche Bedeutung das für die Führung in der modernen Zeit hat, haben unsere Chefredakteure mit Klaus Mehler, Geschäftsführer des Verlages W. Sachon, gesprochen.

Der Verlag W. Sachon gehört seit dem Jahr 2020 zur Krammer Group. Kannst du bitte kurz die Unternehmensgruppe mit ihren jeweiligen Bereichen und Branchen skizzieren und erläutern, wie sich der Verlag W. Sachon in die Gruppe einfügt?

Klaus Mehler: Der Verlag W. Sachon fügt sich mit seinen Medien und Kunden aus den Wirtschaftsbereichen Getränke und Farbe hervorragend in die Krammer-Gruppe ein, die Medien für die Gebäude-

technik-Branche mit Schwerpunkt Sanitär-, Heizungs- und Klimatechnik seit vielen Jahren erfolgreich veröffentlicht. Gemeinsam haben wir die Schlagkraft und Größe, um in neue Medienprodukte und Kommunikationslösungen zu investieren, mit denen wir dem sich veränderten Medienkonsum gerecht werden. Insofern ist es eine Win-win-Situation.

Die Medienlandschaft hat sich in den vergangenen Jahren deutlich verän-

dert. Kannst du diese Veränderungen bitte aus deiner Sicht schildern?

Mehler: Alle Verlage sind mit Print groß geworden, also mit gedruckten Medien. Mit der zunehmenden Digitalisierung in allen Lebenssituationen hat sich auch das Medien-nutzungsverhalten verändert. Wenn wir uns in einer solchen Zeit auf Print ausruhen, werden wir zwangsläufig Nutzer verlieren und jüngere nicht erreichen. Deshalb investieren wir und auch viele

Medienhäuser in Digitalformate und in eigene kleine TV- und Podcast-Studios.

Wie muss sich ein Fachmedien-Verlag deiner Meinung nach heute aufstellen, um im Tagesgeschäft erfolgreich zu sein?

Mehler: Als Medium müssen wir für die Berufsgruppen, die wir informieren und ansprechen, mit unserem Angebot stets verfügbar sein – auf dem Smartphone, Tablet oder im Büro auf Armeslänge. Dabei sollten wir unseren Nutzern die Wahl der Mediennutzung lassen – also ihnen unsere Inhalte zum Sehen, Hören oder Lesen bereitstellen, die sie dann situationsbedingt in der von ihnen jeweils präferierten Form nutzen können. Printmedien werden künftig dabei zunehmend eine unterstützende Funktion zum digitalen Angebot einnehmen. Wir werden diese nach wie vor brauchen, weil sie in der Medienvielfalt und der Informationsflut Orientierung bieten. Menschen brauchen Halt und diesen bekommen sie am verlässlichsten über Printmedien.

Printmedien werden in der Produktion künftig teurer werden. Welche Rolle werden sie deiner Ansicht nach in zehn bis 15 Jahren spielen?

Mehler: Printmagazine werden zunehmend zu einem Premium-Produkt. Sie erscheinen seltener als heute und übernehmen inhaltlich entweder eine zusammenfassende oder eine tiefergehende Funktion. In der Kombination mit digitalen Formaten wie etwa Podcasts können Inhalte hörbar und später erneut in Printform lesbar gemacht werden. Lesen bietet den Vorteil, dass Informationen intensiver und nachhaltiger aufgenommen werden können als dies digital möglich ist. Und es wird auch immer eine relevante Nutzergruppe geben, die ein Printmedium digital als E-Paper nutzen wird.

Welche mittelfristigen Ziele hast du dir in der Krammer Group gesteckt und welche willst du mit dem Verlag W. Sachon erreichen?

Mehler: Wir haben über Jahrzehnte hinweg bewiesen, dass wir die Kommunikation und Vernetzung von Informationen innerhalb einer Wirtschaftsbranche beherrschen. Darauf vertrauen unsere Nutzer. Unser Ziel muss es jetzt sein, unseren Nutzern in ihrem Nutzungsverhalten permanent zu folgen – und ihnen dabei den Zugang zu unseren Medien und Angeboten so einfach wie möglich zu machen. So wie sie es von Anbietern wie Amazon und Netflix zum Beispiel gewohnt sind. Also statt für jedes Angebot eine eigene Website oder App aufzusetzen, einen Zugang über eine Branchenplattform mit branchenspezifischen Informations-, Weiterbildungs- und Vernetzungsangeboten zu schaffen.

Wo siehst du die Stärken des Verlages W. Sachon?

Mehler: Über die vielen Jahre meines Berufslebens habe ich stets eines erfahren und persönlich sehr geschätzt: Menschen machen den Unterschied. Und da komme ich zu meiner Antwort auf eure Frage. Die Stärke unseres Verlages: das Team und der Teamspirit. Einzigartig, inspirierend, zusammenhaltend und erlebenswert. Vom ersten Tag habe ich dies so erlebt.

Printmedien und das Thema Nachhaltigkeit – wie gehen Verlage heute und künftig damit um?

Mehler: Mit reduzierten Druckauflagen. Mit E-Paper-Angeboten. Mit neuen digitalen zielgruppenspezifischen Angeboten. All das impliziert allerdings ein Umdenken in der Medienbranche. Über Jahrzehnte hinweg haben sich Verlage über »

„Bei Fachverlagen zählen statt der Auflagenhöhe der Printmagazine heute andere Werte, z. B. die Qualität der Business-Community.“





Klaus Mehler, Geschäftsführer des Verlages W. Sachon: „Printmedien werden künftig zunehmend eine unterstützende Funktion zum digitalen Angebot einnehmen.“

die Auflagenhöhe vor allem im Werbemarkt profiliert – der Tausender-Kontakt-Preis (TKP) galt als Währung. Heute und auch künftig zählen andere Werte: die Qualität der Business-Community und die Zugangsmöglichkeiten zu dieser Community.

Du warst selbst über Jahre als Journalist tätig. Was zeichnet aus deiner Sicht einen guten Fachredakteur aus?

Mehler: Gute Fachjournalisten und Fachjournalistinnen zeichnen sich dadurch aus, dass sie komplexe Sachverhalte verständlich zielgruppengerecht aufbereiten und in den Gesamtkontext korrekt einordnen, ihre Zielgruppe kennen und verste-

hen und einen persönlichen Zugang zu ihr hegen und pflegen. KI kann dies nicht leisten, künftig allerdings deutlich erleichtern.

Was sind die fatalsten Fehler, die eine Führungskraft begehen kann?

Mehler: Alleingänge, Anweisungen und nicht zuhören – das sind die fatalsten Fehler einer Führungskraft. Mein Prinzip ist stets Augenhöhe statt Funktionshöhe. Jeder Mensch trifft Entscheidungen in seinem Leben: sei es beim Studium, beim Unterschreiben eines Mietvertrags oder in anderen wichtigen Lebensmomenten. Folglich können Menschen Entscheidungen eigenständig treffen. Diese Fähig-

keit sollten wir im Berufsleben fördern.

Was sind aus deiner Sicht gute Mittel, um die Motivation von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern zu erhalten?

Mehler: Zuhören. Machen und entscheiden lassen. Fördern. Und Fehler zulassen, um daraus zu lernen.

In vielen Unternehmen arbeiten heute drei verschiedene Generationen gemeinsam: „Babyboomer“, „Millennials“, „Gen-Z-ler“. Was sind die generationstypischen Einstellungen und Ansichten zur Arbeit und wie unterscheiden diese sich von Generation zu Generation?

Mehler: Dazu gibt es viele Einschätzungen, Klischees, Meinungen, Bücher, Seminare und Webinare. Dabei ist es ganz einfach: Jede Generation hat ihre Stärken. Die Kunst ist es, diese Stärken zuzulassen und mit den Stärken anderer Generationen zu vernetzen.

Und zuletzt: Was wünschst du dem Verlag W. Sachon zum 75-jährigen Jubiläum?

Mehler: Weiterhin so viel Vitalität, Ideenreichtum, Teamspirit und Begeisterung in den kommenden 75 Jahren.

Klaus, wir danken dir für das Gespräch! (Red.)



WEYERMANN® SPEZIALMALZE

Wir gratulieren herzlich
zum **75. Jubiläum!**



Mich. Weyermann® GmbH & Co. KG · Brennerstr. 17-19 · 96052 Bamberg www.weyermann.de

75 JÄHRE W. SACHON VERLAG!



EIN GRUND ZUM FEIERN!

Herzlichen Glückwunsch von **FACHPACK** und **POWTECH TECHNOPHARM** zum beeindruckenden Jubiläum! Mit Ihrem Gespür für aktuelle, relevante Themen und einer qualitativ hochwertigen Berichterstattung haben Sie einen Meilenstein gesetzt.

Wir schätzen unsere Partnerschaft und blicken erwartungsvoll in die Zukunft. Auf viele weitere Jahre des gemeinsamen Erfolgs!

POWTECH
TECHNOPHARM



24. – 26.9.2024
NÜRNBERG, GERMANY

Save the date 2025!
Messe-Duo FACHPACK und POWTECH TECHNOPHARM zeitgleich vom
23. – 25.9.2025 • NÜRNBERG, GERMANY

Im Verbund mit



NÜRNBERG MESSE